Калюжнова Н.Я.

РОЛЬ ФОРСАЙТА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА В «НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ»

Прежде всего отметим, что само понятие региональной конкурентоспособности связано с переходом к так называемой «новой экономике», возникновение которой обусловлено развитием трех глобальных процессов нового века — собственно глобализации, регионализации и информатизации. Следствием глобальных процессов становится превращение национальных регионов в экономических агентов, субъектов национальной, а затем и мировой экономики. Регионы многих стран, в том числе российские регионы, получили возможность самостоятельно участвовать во внешнеэкономической деятельности и мировой экономике. Для многих регионов национальной экономики справедливо утверждение о том, что они являются частью многоуровневой пространственно-экономической системы мирового хозяйства, и эта часть имеет самостоятельное значение и ценность для мирового развития. Глобальный мир предстает в итоге как многоуровневая пространственно-экономическая мирохозяйственная система, субъектами которой выступают национальные государства, наднациональные образования (блоки стран и представляющие их организации), транснациональные корпорации; национальные фирмы, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность; регионы национальных экономик, города и даже отдельные локалитеты, принимающие участие в системе мирохозяйственного взаимодействия.

Таким образом, глобализация придает региону новый статус субъекта мировых конкурентных процессов. Идея включения регионов в международную конкуренцию и сравнения конкурентоспособности регионов национальных экономик нашла отражение в оценке конкурентоспособности не только стран, рейтинг которых существует с 1986 г., но и регионов, который впервые появился в 2002 г. и включил в мировой рейтинг конкурентоспособности три сотни регионов разных стран.

В соответствии с изменением позиции регионов происходит изменение их концептуальной трактовки и способа вхождения в мировые конкурентные процессы. На смену концепции регионов-квазигосударств приходит концепция регионов-квазифирм, квазикорпораций, с соответствующей адаптацией на региональном уровне всех инструментов корпоративного управления — миссии, стратегического и бизнес-планирования, конкурентных преимуществ и стратегий конкурентоспособности, разработки образа и маркетинга.

В самом первом приближении конкурентоспособность региона означает способность воспринимать новые знания и тенденции глобально-

го развития, приспосабливаться к ним и приспосабливать их к себе таким образом, чтобы включаться в глобальные процессы, не разрушая внутренней целостности и сохраняя свою национально-культурную идентичность. Обеспечение конкурентоспособности региона в условиях развития глобальных процессов требует формирования внутрихозяйственной среды регионов, в которой готовность региона к глобальным тенденциям, способность к обеспечению конкурентных преимуществ, способность использовать не только традиционный, локальный или национальный, опыт, но и различные элементы всего арсенала международных стратегий играют не меньшую роль, чем макроэкономическая политика государства.

К этому следует добавить еще одну черту «новой экономики» — переход к обществу, основанному на знаниях, т. е. такому состоянию общественного производства, когда использование информации и знаний[1] становится технологичным, операциональным и управляемым процессом. Этот переход делает именно регионы ключевыми экономическими единицами в глобальной экономике, поскольку именно в регионах фокусируется процесс создания нового знания и его изучения, а также создается инфраструктура обучения. Поэтому все более значимым становится территориальный, локальный контекст инновационных процессов[2].

М. Кинен, обосновывая возможность и необходимость проведения регионального технологического форсайта, отмечает, что регионы являются двигателями прогресса, рыночного успеха и для создания рабочих мест, и имеют потенциал для развития большей идентичности и стратегического видения настоящего и прогноза будущих путей процветания[3].

Технологический форсайт — один из относительно новых инструментов стратегического планирования; который в то же время выступает как определенная социально-гуманитарная технология. В мире имеется уже значительный опыт проведения форсайтов национального уровня, тематических форсайтов, есть опыт межрегиональных форсайтов[4]. Опыт форсайта отдельного региона страны или даже города весьма

---

[1] Мы различаем знания и информацию, включая в состав знаний не кодируемое и не переносимое на материальные носители информации неявное личностное знание

[2] Этот подход обосновывается в нашей изданной ранее монографии: *Калюжнова Н. Я*. Конкурентоспособность российских регионов в условиях глобализации. М.: ТЕИС, 2004. С. 113—115.

[3] Unido Technology Foresight Manual. United Nations Industrial Development Organization. Vienna, 2005. Vol. 2. P. 153.

[4] Турецкий национальный технологический форсайт; Румынский форсайт науки и техники и др. форсайт по транспорту в ЕС: «The “Foresight for Transport” project was supported by the European Community under the “Competitive and Sustainable Growth” Program (1998—2002)». European Transport context. Межрегиональный: «Foresight study on the productive chain of the fishery industry in the region of the South American Pacific Coast». Final summary report. UNIDO. Vienna, 2006. — 39 p.

ограничен. Практически нет материалов, обобщающих опыт проведенных региональных форсайтов[1].

В Пособии ЮНИДО по технологическому форсайту указывается, что региональный форсайт может: во-первых, определить локальные ресурсы и потенциал; во-вторых, обеспечить платформы, на которых могут базироваться региональные инновационные системы; в-третьих, разъяснить и подтвердить институциональные компетенции и силу связи региона с национальными и европейскими инновационными политиками и сетями[2]. То есть региональный форсайт имеет серьезный потенциал влияния на региональное будущее.

Содержание термина «конкурентоспособность» для региона имеет многоуровневый характер в соответствии с его ключевыми участниками. Конкурентоспособность региона для населения означает возможность иметь достойный уровень жизни на уровне тех стандартов, которые население считает приемлемыми: для бизнеса — возможность прибыльного использования своих ресурсов; для регионального правительства — инвестиционная привлекательность, бездефицитность бюджета, миграционный и демографический прирост.

Существуют разные характеристики и индикаторы уровня жизни, как индивидуальные — продолжительность жизни, доходы, и др., так и агрегированные — индекс развития человеческого потенциала, благосостояние, уровень жизни, качество жизни, человеческий капитал. Выбор индикаторов будет входить в первую, аналитическую часть форсайта.

Форсайт предполагает также определение адекватных состоянию региональной экономики конкурентных преимуществ — факторных, инвестиционных, инновационных, а также возможностей переключения на более сложные конкурентные ресурсы. Безусловно, регионы, сосредотачивающие хорошие природные и другие ресурсные возможности, имеют определенную «фору» в развитии. В то же время конкурентоспособность не связана напрямую с природными и другими материальными ресурсами. Более того, исследователи проблемы под названием «проклятье ресурса» показывают, что имеется устойчивая тенденция к застою стран, богатых ресурсами[3].

---

[1] В данном сборнике представлен опыт нескольких региональных форсайтов. Например, региональный форсайт Ломбардии (Италия), который носит название «FoMoF Progetti Pilota in Lombardia»; Форсайт Манчестера (Великобритания) под названием «Contribution of the Universities to the Knowledge Capita. A Scenario for Success in 2008»; «Central Macedonia Technology Foresight».

[2] Unido Technology Foresight Manual. United Nations Industrial Development Organization. Vienna, 2005, Vol. 2. P. 153.

[3] Суть эффекта «проклятия ресурса» состоит в том, что расширение экспорта продукции добывающей промышленности неизбежно ведет к снижению экспорта товаров, выпускаемых предприятиями обрабатывающей промышленности. Но именно в последней происходят научные открытия, нововведения, за счет которых осуществляется экономический рост; соответственно, снижение выпуска в

Новая экономика означает вовлечение в ресурсную сферу все новых факторов, прежде всего информационного плана, поиск устойчивых преимуществ, соответствующих логике глобализации и экономике, основанной на знаниях. Устойчивость конкурентных преимуществ определяется тем, насколько трудно их копировать конкурентам. Источником современной конкурентоспособности являются трудно копируемые, трудно разрушаемые и трудно воспроизводимые нетривиальные активы. К ним относятся навыки, умения, квалификации, а также методы выполнения и действия. Все это можно объединить общим понятием — компетенции. Эти ресурсы не могут быть получены раз и навсегда. Участникам конкуренции, в силу особенностей и непостоянства компетенций, нужно постоянно следить за тем, чтобы компетенции оставались современными и актуальными, воспроизводить их, подтверждать и накапливать. Это относится к фирмам и организациям, но и актуально и для регионов. Именно уникальные знания и компетенции могут создать неповторимое сочетание из имеющихся в свободном доступе ресурсов и обеспечить привлекательные возможности для применения ресурсов в регионе.

Поэтому в совокупности процессов, обеспечивающих конкурентоспособность регионов, все более важными становятся обучающие процессы. Речь идет не только о процессах образования, о важности учебных заведений, научных и исследовательских организаций, но, прежде всего, о вовлечении разных экономических структур в обучающие процессы. Это процессы взаимного изучения и получения знаний, которые осуществляются во время коммуникации, в результате которых появляется новое знание и передается существующее. К экономике, основанной на знаниях, применим термин «обучающаяся экономика», подчеркивающий, что получение знания и обучение становятся наиболее важными экономическими процессами. Практически это выражается во внедрении систем управления знаниями в корпорациях, введением должностей knowledge-менеджеров. «Обучающаяся экономика», движение к гибкой специализации, изменения в инновационных процессах требуют все более тесного взаимодействия между субъектами.

Чтобы произошли обучающие процессы, должны быть механизмы связи между партнерами. Понятие «механизм связи» содержит три элемента: технический аспект — способ или совокупность способов взаимодействия; сам процесс коммуникации, в котором важной чертой являются стимулы и способы поддержания заинтересованности в коммуникации; наконец, третий элемент механизма коммуникации, отражающий его социально-психологическую сторону. Этот третий элемент — доверие как необходимое условие эффективности связей участников[1].

этом секторе экономики приводит к замедлению экономического роста в целом. Эффект описан в ряде источников.

[1] Доверие является важнейшей чертой социального капитала, вовлекаемого в экономический оборот.

Как ни парадоксально, но контекст доверия важен для конкурентоспособности региона. Эта новая роль доверия связана с особенностью ключевого экономического ресурса новой экономики — знаний, позволяющих создавать и реализовать инновации. Парадокс мы видим в том, что информация является коммерческой тайной, но в то же время обмен знаниями повышает способность к инновациям и увеличивает конкурентоспособность участников взаимодействия. Связи, которые создают новое знание, могут появиться только там, где есть доверие. Знание создается либо индивидуумами, либо группами лиц в ходе творческого взаимодействия; в любом случае его возникновение и распространение связано с доверием и коммуникационными навыками.

В совокупности всех знаний именно знание того, как осуществлять коммуникации, как сотрудничать и взаимодействовать друг с другом, становится гораздо более важным; особенно это заметно в контексте предметного знания. В современных условиях необходимо стремительно реагировать на изменения, иметь в распоряжении нужные ресурсы в нужное время, а также находить компетентных партнеров — и все это так быстро, как только возможно. В этом кроется ключ к постоянному созданию нового знания или развитию новых навыков, необходимых для поддержания или расширения конкурентных преимуществ.

В то же время традиционные схемы взаимодействия предприятий бизнеса между собой, с научными организациями и органами регионального управления — словом, взаимодействие ключевых участников регионального развития — не отличается высоким доверием и коммуникационной компетентностью. В условиях нашей постсоветской экономики это связано с тем, что система горизонтальных связей формируется впервые, и предприятия тратят огромные трансакционные издержки на поиск партнеров, на закрепление отношений. Опрос менеджеров 126 российских предприятий различных отраслей и размеров, проведенный в 2006 г. на базе Российского экономического барометра[1], показал, что половина производителей ежегодно проводят длительные напряженные переговоры с поставщиками и только 37% — с покупателями перед заключением контрактов.

Отбор деловых партнеров показывает высокую степень недоверия к незнакомым контрагентам. Поэтому 72% поставщиков и 78% покупателей выбирают партнеров на основе опыта прошлого сотрудничества.

Фирмы стараются упрочить отношения с партнерами разными способами: путем предоставления скидок — 89% опрошенных, кредитования — 73%, изменения графика поставок — 91%, пересмотра условий платежа — 77%, доработки качества, упаковки и др. — 84%, совместной разработкой новой продукции — 50%, совместной рекламой — 44%, ин-

---

[1] *Попова Ю. Ф.* Роль межфирменных сетей в управлении российскими предприятиями // Конкуренция и конкурентоспособность и экономическая политика (оценки руководителей промышленных предприятий): Научные доклады. М., 2006. С. 115—135.

вестициями в бизнес партнера — 8%. 16% фирм осуществляют платежи партнерам за обеспечение льготных условий сотрудничества, 20% отметили, что учитывают личные финансовые интересы сотрудников организаций-партнеров [фактически взятки. — *Н. К.*]. Только 11% фирм не считают нужным идти навстречу партнерам. Указанные льготы представляют собой в 89% случаев скидки с цены и другие платежи, по которым можно судить о величине трансакционных издержек взаимодействия фирм.

Роль доверия во взаимодействии показывают следующие данные: 94% респондентов считают, что основным условием их успешного сотрудничества с поставщиками и покупателями являются неформальные отношения; 65% отмечают, что персональные отношения служат важным ресурсом, позволяющим повысить эффективно трансакций; 90% отмечают важную роль персональных отношений в урегулировании нестандартных ситуаций.

Высоки и издержки взаимодействия бизнеса и власти: 41% опрошенных считают, что поддержка на политическом уровне является важным фактором роста конкурентоспособности бизнеса; 19% фирм хорошие отношения с представителями государственных органов позволяют выигрывать тендеры, иметь доступ к высокоприбыльным проектам, получать государственные заказы, землеотводы, разрешения на строительство; 12% отметили, что предприятие вынуждено выплачивать государственным чиновникам «откат» — плату за льготный кредит, предоставление государственного заказа, бюджетных ссуд и т. д.

Результаты опроса показательны как с точки зрения оценки роли доверия во взаимодействиях, так и с точки зрения высоких затрат на его достижение. Они показывают, что вопросы налаживания систем взаимодействия имеют значение не только для передачи знаний, но и для ежедневной деятельности фирм. Высокие затраты на достижение доверия и невысокий уровень институционального и личностного доверия в обществе сказываются на возможностях развития обмена знаниями и инновациями, возможностях доступа фирм и прочих организаций к конкурентным ресурсам информационного и инновационного характера.

Еще раз отметим отличие основы конкурентоспособности в новой экономике, основанной на знаниях, от индустриальной экономики. В индустриальном мире сильные конкурентоспособные позиции базируются на *присвоении уникальных ресурсов*, будь то материальные ресурсы (подобно месторождению минерального сырья или уникальному расположению) или нематериальные (подобно патентам, праву рыболовства или управлению доступом к некоторым клиентам). Другими словами, в основе индустриальной конкурентоспособности лежат механизмы монопольной власти.

Конкурентоспособность в обществе, основанном на знаниях, зависит от *способности строить свою собственную компетентность*, свое собственное знание, используя и согласуя взаимодействие между ресур-

сами, которые находятся в свободном доступе на рынке. Фирмы, которые могут это обеспечить, преуспевают, предоставляя на рынок товар или услугу, опережающую по качествам своих конкурентов. Можно сказать, что умение получать информацию и знания и преобразовывать эти знания в отличительные особенности товаров, процессов, и других элементов дает конкурентные преимущества фирмы.

Конкурентоспособность в новой экономике обеспечивается динамической дифференциацией разных сторон деятельности, основанной на развитии способностей. Применительно к регионам это означает развитие «способностей» фирм региона через обучающие процессы и процессы передачи и получения знаний. Речь идет о создании условий, для того чтобы прогрессивные нововведения распространялись от одной фирмы (организации) к другой, и для такой передачи территориальная близость весьма значима и является благоприятным фактором для сотрудничества между участниками региона. Регион имеет преимущества перед страной именно в возможности передавать инновации и новую информацию не через информационные системы, а в непосредственном взаимодействии, локальном общении, для которого важен общий культурный опыт, доверие, позволяющее преодолеть некоторую степень риска и неопределенности, характеризующие инновационный процесс. Для развития инновационности, следовательно, необходимо развивать доверие между субъектами региональной экономики.

Необходимо отметить, что меняется и подход к инновации. Традиционная инновационная модель, отождествляющая инновационную деятельность лишь с научно-исследовательской, устаревает. Инновация в обучающейся экономике понимается как локализованный процесс взаимного диалогового (интерактивного) обучения и познания, представляет собой «инновационную диалоговую модель»[1] и в самом широком смысле означает «выгодное изменение». Она подразумевает расширение охвата отраслей, фирм и регионов, которые могут рассматриваться как инновационные, а также включает традиционные сферы экономики, часто состоящие из предприятий малого и среднего бизнеса. Продукция традиционных отраслей может быть инновационной с точки зрения дизайна (мебельное производство, одежда и др.), методов использования и др. Кроме того, возможны институциональные инновации. С точки зрения инноваций, все сектора экономики могут быть инновационными в этом более широком смысле, в разных отраслях можно найти продуктивные и инновационные фирмы, имеющие конкурентные преимущества на глобальных рынках. Этот подход не принижает роль ведущих отраслей, связанных с техническим прогрессом, но расширяет сферу инноваций. При этом имеют значение не просто разработка и освоение новинок — товарных, организационных, технологических, но и скорость внедрения нововведений.

---

[1] См. подробнее: *Калюжнова Н. Я.* Конкурентоспособность российских регионов в условиях глобализации. М.: ТЕИС, 2003.

Таким образом, необходим диалог между разными участниками экономического взаимодействия, в котором происходит обучение в процессе создания товаров, услуг, знаний. Необходимы институты, обеспечивающие среду для диалога, распространения нововведений, которые имеются как в фирмах региона, так и в разработках научно-исследовательского сектора. В масштабах региона создать эти институты проще, чем в масштабах страны.

С этой точки зрения мы полагаем, что региональный технологический форсайт является тем институтом, который развивает среду диалога региональных сил между собой и помогает ознакомлению и передаче инновационных подходов, мыслей, технологий. Именно это, по нашему мнению, является причиной развития форсайта в Европе и других странах как метода (инструмента, технологии) выработки согласованного представления о будущем. Арсенал форсайта состоит из множества наработанных в сфере прогнозирования количественных и качественных методов. Поэтому в адрес форсайта выдвигаются упреки в том, что он не содержит ничего нового в сравнении с опытом прогнозирования, наработанным отечественными российскими исследовательскими учреждениями. Этот упрек со стороны методов не совсем справедлив. Форсайт может включать практически все методы получения креативных решений, накопленные отечественным и зарубежным опытом, не включаемые официально (по крайней мере, в пособиях ЮНИДО) в состав методов. Например, метод Диснея — метод выработки новых решений, позаимствованный из НЛП[1]. Сюда же можно отнести и метод синектики[2], метод морфологического анализа, можно в форсайте использовать и «Метод шести шляп»[3]. Очень хорошо ложатся в структуру методов форсайта методы оценки инвестиционных решений и другие методы ТРИЗ. Но новизна форсайта, по нашему мнению, не в методах, а в сущности форсайта. Эта сущность имеет социогуманитарный характер и состо-

---

[1] Метод Диснея, разработанный в рамках нейролингвистического программирования, состоит в смене исследовательских позиций обсуждения идеи, в поочередном переходе из «комнаты мечты», где идеи создаются, в «комнату реализма», где обсуждаются проблемы практического внедрения, и, наконец, в «комнату сомнений», где анализируются сомнительные стороны идеи.

[2] Синектика — метод, основанный на поиске аналогий из других, отдаленных от анализируемого предмета, сфер жизни; разложение на элементы и резкое возвращение к предмету анализа.

[3] Метод «Шести шляп мышления» Эдварда де Боно. Суть метода: Белая шляпа: внимание направлено на информацию, только факты; Красная шляпа: чувства и интуиция относительно рассматриваемого вопроса; Черная шляпа: критика, указывание на возможные риски и подводные камни; Желтая шляпа: логический позитив, поиск достоинств, преимуществ и позитивных сторон рассматриваемой идеи; Зеленая шляпа: креативность, новые идеи, альтернативы, возможности; Синяя шляпа предназначена для управления самим процессом работы, в начале — для определения того, что нужно сделать, в конце — для обобщения достигнутого // http://www.debonothinkingsystems.com/distributors2/.

ит в выработке общего согласованного видения относительно будущего. Кроме того, форсайт по своей сути направлен на выявление и передачу знаний и инноваций, т. е. в определенной мере заменяет рыночный ценовой механизм выявления и передачи инноваций.

Важнейшей чертой, обеспечивающей скорость распространения инноваций, является географическая близость и доверие между фирмами. Поэтому со стороны инноваций роль регионов в конкуренции возрастает до такой степени, что их конкурентные позиции могут быть равны или выше позиций традиционных участников международной конкуренции (стран, ТНК), и именно поэтому в начале статьи мы охарактеризовали регионы как ключевые экономические единицы в глобальной экономике. Чтобы участвовать в этой новой экономической среде, регионы должны стать «обучающимися регионами», обеспечивать непрерывное изучение и трансфер знаний. Самой важной проблемой становится система объединения компетенций, имеющихся в регионе, и создание механизмов взаимодействия и диалогового обучения.

Форсайт является организационной технологией, которая выполняет именно задачу выявления и объединения компетенций, направление их на выработку общего видения перспектив, новых технологий, проблем и направлений действий.

Но это только часть проблемы создания условий долгосрочного инновационного процесса как основы современной конкурентоспособности. Важна наработка опыта взаимодействия разных общественных сил, развитие сетевого взаимодействия, развитие норм, образцов, стандартов взаимного доверия. Новые организационные технологии, такие как кластерная организация и форсайт, помогают создать образцы и нормы взаимодействия и доверия через опыт взаимодействия; также как и объединить различные компетенции для выработки согласованных решений.